

# Adolfo CARRATALÁ\*

*Símbolos y amenaza en el columnismo conservador*

*Symbols and threats in the conservative columnism*

## Resumen

Este trabajo examina el modo en que el discurso de opinión de la prensa conservadora española emplea frecuentemente símbolos de intenso componente emocional para generar alarma y la movilización de los ciudadanos ante situaciones consideradas injustas. El análisis se realiza sobre las columnas que dos destacados articulistas publicaron entre 2004 y 2008 para opinar sobre la introducción de la asignatura Educación para la Ciudadanía. Los resultados demuestran la presencia de recurrentes dispositivos retóricos con una notable evocación histórica. La potenciación de la amenaza impide el análisis racional y desapasionado que debería distinguir al periodismo de opinión comprometido con la convivencia democrática.

## Palabras clave

Columna; Dispositivos retóricos; Movilización; Opinión; Retórica conservadora.

## Sumario

1. Introducción: periodismo de agitación de ayer y hoy. 2. La columna como periodismo personal. 2.1. Un mensaje en busca de persuasión. 2.2. Una contribución responsable al debate ciudadano. 3. Comunicar la amenaza en busca de movilización. 3.1. Simbología del miedo en la retórica conservadora. 4. Metodología. 4.1. Corpus. 5. Resultados del análisis. 5.1. Dispositivos retóricos vinculados al Ejecutivo («el tirano»). 5.2. Dispositivos retóricos vinculados a Educación para la Ciudadanía («el ataque»). 5.3. Dispositivos retóricos vinculados a los estudiantes («las víctimas»). 6. Discusión. 6.1. Resonancias culturales: la memoria discursiva de la II República. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

## Abstract

This paper examines how the discourse of opinion of the Spanish conservative press frequently uses symbols of intense emotional component to generate alarm and mobilization of citizens faced with situations considered unjust. The analysis is done on two prominent authors' columns published between 2004 and 2008 to discuss the introduction of the subject Education for Citizenship. The results demonstrate the presence of recurrent rhetorical devices with remarkable historical resonance. Promoting the threat prevents rational and dispassionate analysis that should distinguish opinion journalism committed to democratic life.

## Keywords

Column; Rhetorical devices; Mobilisation; Opinion; Conservative rhetoric.

## Summary

1. Introduction: disruptive journalism from yesterday and today. 2. The column as personal journalism. 2.1. A message in search of persuasion. 2.2. A responsible contribution to public debate. 3. Communicating the threat in search of mobilization. 3.1. Fear symbology in conservative rhetoric. 4. Methodology. 4.1. Corpus. 5. Results of the analysis. 5.1. Rhetorical devices linked to the Executive ("tyrant"). 5.2. Rhetorical devices related to Education for Citizenship ("attack"). 5.3. Rhetorical devices related to students ("victims"). 6. Discussion. 6.1. Cultural resonances: discursive memory of the Second Republic. 7. Conclusions. 8. References.

## 1. Introducción: periodismo de agitación de ayer y hoy

Los riesgos que corre el periodismo cuando olvida su compromiso con la sociedad en la que se desarrolla y pasa a ser un instrumento al servicio de voluntades distintas al interés general fueron señalados desde los mismos inicios de la prensa de masas, cuando el editor estadounidense Joseph Pulitzer advertía de la gravedad que supone sustituir la función del diario en una sociedad democrática por la del panfleto partidista que se dirige a violentar la convivencia. Para el que fue responsable del diario *New York World*, el periódico podía convertirse en una auténtica arma para fines alejados del bienestar de la mayoría si quedaba en manos de actores demagógicos que potenciaran la acción irreflexiva de los individuos por encima, incluso, del límite de la ley:

“Pero cuando un agitador demagógico hace llamamientos a «las masas» en contra de «las clases» y se hace pasar por fervoroso defensor del pueblo contra sus «opresores», atacando a la ley, el orden y la propiedad como medio para ganar seguidores entre los descontentos y los irreflexivos, entonces el periódico se convierte en una peligrosa arma para el mal” (Pulitzer, 2011: 61).

Más de un siglo después de que Pulitzer realizara esta reflexión, algunas prácticas llevadas a cabo en los medios de comunicación social continúan dando vigencia a esta idea. La agitación, propia de una prensa poco profesional y fuertemente politizada, sigue contando con claros exponentes en el panorama mediático español. Los años en los que se desarrolló la primera legislatura del presidente socialista José Luis Rodríguez Zapatero (2004-2008) dan una buena muestra de ello. Algunos libros recogen elocuentes ejemplos de cómo se radicalizó el discurso conservador ante algunas de las iniciativas políticas impulsadas por el Ejecutivo del PSOE durante ese tiempo (Vioque, 2006; Izquierdo, 2010), iniciando verdaderas cruzadas periodísticas contra decisiones en materia antiterrorista, territorial o de derechos sociales.

La puesta en marcha de la asignatura Educación para la Ciudadanía también protagonizó muchos de los mensajes difundidos por estas plataformas, con frecuencia alejados de la lógica argumentativa y contruidos sobre falacias salpicadas de tono belicoso y talante antidialéctico (Carratalá, 2010). La nueva materia fue presentada como una amenaza para los valores cristianos y para los derechos que tienen los padres en la educación de sus hijos, levantando en torno a ella un sentimiento de desconfianza y temor que se vio reforzado por el empleo de determinados símbolos y metáforas muy significativos para la retórica conservadora, recordando a la estrategia que empleó la prensa católica

para generar oposición a la obra legislativa aprobada durante el Primer Bienio republicano, entre 1931 y 1933.

En los años en los que localizamos este análisis, muchos de aquellos discursos fueron actualizados de la mano de reconocidas voces de medios conservadores, de entre las que sobresalen destacados columnistas. El objetivo de este trabajo es identificar e interpretar cuáles fueron las estrategias retóricas dominantes en el discurso de dos de los articulistas más representativos del actual periodismo conservador español: Juan Manuel de Prada y César Vidal. La hipótesis de partida indica que los artículos de ambos columnistas concentraron un notable conjunto de dispositivos retóricos dirigidos a la persuasión emotiva de los lectores mediante una representación de la realidad como conflicto amenazante.

## **2. La columna como periodismo personal**

La columna es, junto con el editorial y la tribuna, uno de los principales exponentes del que clásicamente se ha llamado género de opinión y ha acompañado a los diarios desde sus inicios. Si algo distingue a este tipo de discurso es su firma, el autor o autora que se encuentra detrás y que convierte su artículo en una marca de identidad que, con regularidad, los lectores buscan para reconocer en sus palabras la mirada sobre la actualidad que esperan de su trayectoria. Es el espacio más particular de todo el periódico y, también por ello, el que se presenta de la mayor variedad de formas imaginables, siempre manteniendo como rasgo diferenciador su sello personal.

De este modo, la columna es un artículo de opinión al que es posible otorgar diferentes estilos, pues “puede ser razonador o lo contrario, falaz; orientador o enigmático; analítico o pasional; enjuiciativo o narrativo”, aunque siempre se caracterizará por ser “valorativo, subjetivo, porque no puede ser de otro modo” (Santamaría & Casals, 2000: 288). Esta pluralidad de estilos que puede adoptar la columna se justifica por el hecho de que es el género que goza de mayores licencias en todos los terrenos, tal y como lo confirma el frecuente uso de recursos literarios (Armañanzas & Díaz, 1996: 126; Abril, 1999: 171).

La importancia del autor, que es quien acaba singularizando su texto, ha sido, pues, el rasgo más subrayado por los teóricos que han analizado este género. Así, Gomis considera que, como periodismo personal que es, la columna es un arte y una técnica que se adapta a la personalidad del autor (1989: 167). También Abril coincide en señalar que, desde un enfoque retórico, es la figura del autor, el *ethos*, el que determina el posible carácter persuasivo de una columna, contemplando tanto el elemento de credibilidad como el

estilístico; es decir, no sólo con qué competencia cuenta el columnista sobre el tema abordado sino de qué modo lo relata (1999: 172). Ambos aspectos se conjugan para lograr que el lector confíe en la voz del columnista:

“On whatever basis the authority of journalistic opinion is constructed, the aim is always to persuade readers that this particular commentator is someone whose views have weight and validity beyond those of the ordinary reader, someone whose views should be trusted. In this respect the journalist is a pundit (from the Sanskrit term for wise man or village elder), a sage, a secular priest, licensed to tell us, from the pulpit provided by the newspaper [...] what things mean, and, where appropriate, what should be done about them” (McNair, 2008: 114).

No obstante, es necesario matizar este generalizado énfasis sobre el carácter individual de la columna de opinión: su mensaje puede responder al punto de vista del articulista pero, desde el momento en que es acogido por una determinada cabecera, esta sintoniza de algún modo con él y, por ello, pasa a ser “una opinión individual que usa el periódico para expresarse”, ya que su aparición entre los contenidos del periódico se justifica “precisamente porque la considera valiosa y dentro del marco de objetivos espirituales e ideológicos que definen la llamada línea editorial” (Gutiérrez, 1984: 112).

## 2.1. Un mensaje en busca de persuasión

Como indican Armañanzas y Díaz Noci, “en el texto periodístico de opinión domina el principio de preferencia; no hay texto argumentativo neutral que no trate de inclinar la balanza de un lado o de otro” (1996: 64). La columna periodística encuentra en la opinión su elemento esencial, pues la mayor parte de las veces se dedica a temas en los que no es posible dar con una verdad definitiva. Y es en este campo, en el de las opiniones, donde la persuasión da con su espacio natural en la medida en que es en él donde participan las argumentaciones a favor o en contra de una determinada tesis (Berrio, sin fecha: 5). Van Dijk coincide con este planteamiento al definir a las opiniones como creencias valorativas; es decir, como juicios que se fundamentan en una norma o en un valor cultural o de grupo y no en un criterio de verdad socialmente compartido, puesto que en ese caso hablaríamos de una creencia objetiva (1996: 18). Este mismo autor añade en otra de sus obras que una opinión presupone que existen posibles opiniones alternativas y que, al estar formadas por creencias sectarias y de carácter grupal, están directamente vinculadas a las ideologías (1999: 54 y 57).

En relación a los términos de opinión y creencia, Santamaría y Casals enumeran tres posibles definiciones de esta última para explicar a qué se refieren al hablar de opinión periodística. Las autoras distinguen entre la creencia que hace referencia a la adhesión a una idea que se considera verdadera tras un proceso de persuasión, la creencia pasional que no admite la duda y la que es expresión de una simple probabilidad. Desde su punto de vista, sólo en la primera de las acepciones cabe el concepto de argumentación dado que “es la única que admite, además de lo emocional, un acto de pensamiento y voluntad: creer es adherirse a una idea, persuadirse de la verdad de algo; así se construirá una opinión que no tiene por qué ser inmutable. El acto de creer se halla unido al de razonar” (2000: 74).

Por lo tanto, la opinión periodística es la que, sin renunciar a su carácter ideológico y de creencia grupal, necesita del argumento para razonar y persuadir. Así, es preciso diferenciar la persuasión de otras estrategias discursivas como el convencimiento o la manipulación, tal y como hacen Abril Vargas (1999: 81-83) y Santamaría y Casals (2000: 108-112). De manera sintética, podríamos decir que el convencimiento es un fenómeno del todo racional que puede recurrir a la comprobación empírica (resulta válido para auditorios universales) mientras la persuasión emplea simultáneamente tanto la capacidad lógica del auditorio (*logos*) como su parte emotiva (*pathos*) para lograr su adhesión. En cuanto a las diferencias con la manipulación, hay que decir que ésta está basada en la simulación, ocultando o exponiendo más datos de los que se poseen y que, por tanto, existe una intencionalidad latente, no expresada con claridad, que sólo es posible reconocer por medio de segundas lecturas.

Pese a que cualquier texto periodístico puede ser abordado como una manifestación retórica (Armañanzas & Díaz, 1996: 29; Teruel, 1997: 51), son los géneros de opinión los más cualificados para ejercer y desarrollar este tipo de funciones (Abril, 1999: 75) en la medida en que se revelan como “vehículos propicios de la persuasión explícita” (Ibíd.: 76). En este sentido, para estudiar la columna como un tipo de discurso instrumental, como “vehículo para reforzar, alterar o responder a las opiniones de un público determinado, o del tejido social de la comunidad” (Gill y Whedbee, 2000: 234), debemos recurrir a la retórica. Gracias a ella, es posible comprender el texto como un mensaje calculado para influir sobre un auditorio con un objetivo en particular. Por eso, es imprescindible recordar que la retórica no se basa tanto en la verdad de los juicios como en la adhesión del auditorio, resultado que busca lograr por encima de todo. Para alcanzar ese respaldo y la aceptación de su tesis, el orador puede recurrir a cualquiera de las tres pruebas que ya definió

Aristóteles como elementos que permiten ligar a emisores y receptores (Borrat, 1989: 108):

- El *ethos*: prueba ética, referida a la credibilidad e integridad del orador.
- El *logo*: es la prueba lógica, vinculada a la aceptación como veraz de la información y los argumentos.
- El *pathos*: prueba emocional, dirigida a la condición emocional de la audiencia.

Así pues, la estrategia retórica no basa su articulación únicamente en el desarrollo de argumentos basados en silogismos y razonamientos lógicos de carácter deductivo sino que también es posible dar con otras fórmulas como la exposición de ejemplos, que mediante la inducción retórica pretenden establecer similitudes persuasivas que demuestren una determinada tesis (Teruel, 1997: 59), o de recursos dirigidos directamente a persuadir emocionalmente al receptor, privilegiando la vía psicológica sobre la lógica (Ibíd.: 64). Esta última estrategia es, según Richardson, la empleada con el objetivo de desplazar a los receptores del mensaje de un estado emocional a otro, facilitándoles la expresión y el sentimiento de emociones como el enfado, la compasión o el miedo, entre otros, colocando a los destinatarios en un encuadre psicológico que les permite estar más receptivos a aquello que el emisor pretende hacerles creer (2007: 160).

La audiencia y los lectores son la pieza fundamental para que la persuasión, el acto perlocutivo del discurso, alcance su propósito. Según Santamaría y Casals, el objetivo de persuadir se corresponde con "el fin de lograr en otros una adhesión ideológica" mediante la argumentación de una tesis sostenida (2000: 38). Por eso es tan importante que el emisor tenga cierto conocimiento de quiénes son los que conforman la masa de receptores a la que dirige su discurso, que pueda construirse una imagen de ellos lo más acertada posible. De esta forma, resulta imprescindible tener en cuenta cuáles son la cultura, los prejuicios y las expectativas que definen a un determinado auditorio para que los argumentos y recursos dialécticos utilizados se puedan adaptar a él del modo más adecuado para alcanzar la finalidad que se persigue (Berrio, sin fecha: 7). Perelman también insiste en que los valores admitidos por el auditorio son uno de los elementos que, junto al prestigio del orador y el lenguaje empleado, interactúan para conseguir la adhesión de los individuos (1989: 216).

Jan Renkema detalla cuáles son, desde su perspectiva, los cuatro factores principales que resultan cruciales en el proceso de persuasión: la fuente, el mensaje, el canal y el receptor (1999: 165). La configuración retórica del segundo factor es el aspecto que concentrará el análisis de nuestra investigación, centrada en algunas de las características "que



le otorgan al texto su elocuencia o capacidad de persuasión", como son la argumentación y las metáforas (Gill y Whedbee, 2000: 251-258).

## 2.2. Una contribución responsable al debate ciudadano

El vínculo entre la persuasión discursiva y la influencia periodística es evidente. Gomis defiende que la influencia como medio de persuasión, en tanto que opera exclusivamente sobre las intenciones de quien es objeto de ella, "no se apoya tanto en la aceptación de un argumento como en el prestigio o reputación de la fuente de la que procede" y añade que "es convertible en poder en ciertas circunstancias" (1974: 71). Esta idea encaja con el punto de vista expuesto por Van Dijk sobre la persuasión como "una forma más «refinada» de poder" que persigue "un control sutil e indirecto de las mentes de los dominados" (1999: 206 y 207). Este autor considera que es posible alcanzar ese fin controlando el acceso al discurso público, en el que encontramos "formas específicas de conocimiento y opinión" que conducen de manera persuasiva e interesada a unas determinadas representaciones sociales (Ibíd.: 207).

Esta capacidad de influjo del mensaje persuasorio es, según Abril, mucho más destacada en el caso de la columna, género al que atribuye "un gran poder de influencia sobre la opinión pública" (1999: 175). Por este motivo, algunos teóricos subrayaron, desde hace tiempo, la importancia de que el ejercicio de la opinión periodística pusiera a disposición de los individuos las "evidencias objetivas de las que surge" (Lippmann, 2011: 75). Así, la necesidad de que el debate colectivo promovido desde las páginas de opinión de la prensa se base en hechos y en la contemplación de la noticia cuenta con el acuerdo de varios investigadores (Sánchez, 2006: 79; Ortega, 2011: 115; Kovach & Rosenstiel, 2010: 49).

De este modo, los columnistas de opinión "deben someterse a los mismos criterios de veracidad" que cualquier otro miembro de la profesión (Kovach & Rosenstiel, 2012: 187), mostrando especial atención a la adecuación de sus argumentos a los datos y a los hechos que ofrece la actualidad, evidenciando, así, que no es lo mismo opinar en un influyente canal de comunicación social que expresar un punto de vista personal en un ambiente reducido (Sánchez, 2006: 88).

Sin embargo, algunas aportaciones académicas explican que no todas las columnas cumplen con este requisito. Así, Santamaría y Casals señalan que, junto a la existencia de artículos de tipo analítico, de estilo y tono desapasionados, abiertos a varias interpretaciones, circulan otros de carácter personal, que sí presentarían juicios más categóricos y posturas doctrinarias, contribuyendo al auge del extremismo

frente a la prudencia y al ruido de la polémica frente al silencio y el sosiego (2000: 296-298).

Las tertulias son un buen ejemplo de la emergencia de este tipo de retórica en el periodismo de opinión en el medio radiofónico. Su presencia, tan generalizada y dominante en las ondas españolas, no es interpretada por algunos académicos como un valor añadido del periodismo en nuestro país, especialmente durante los últimos años, en los que varios autores detectan una perversión de la práctica. La figura del tertuliano va, así, perdiendo significancia desde el punto de vista intelectual, sobre todo por el estilo con el que muchos se expresan y que, según Carlos Taibo, es el síntoma de una degeneración preocupante. Para este autor, quienes intervienen en las mesas de debate organizadas por las emisoras son meros repetidores de discursos empresariales o políticos preestablecidos de antemano, adoptando un talante categórico que sacrifica el sano escepticismo de la profesión periodística:

“Rara es la figura del tertuliano que demuestra genuina independencia. Mucho más habitual resulta, por el contrario, el acatamiento, manifiesto o encubierto, del dictado que nace de un grupo empresarial o político. Han ido desapareciendo, en consecuencia, la conciencia de los límites, la prudencia, el propósito de enmienda y la duda razonable” (Taibo, 2010: 37).

Este estilo, pues, se acerca a la definición que Santamaría y Casals hacen de la columna personal y que, como indica Gutiérrez Palacio, a partir de las consideraciones de Hannes Maeder, supondría un exceso del estilo de opinión, dado que entre sus rasgos característicos se encontraría la tensión agitadora; esto es, no hablar al intelecto ni a la razón sino a la voluntad y a la pasión mediante, por ejemplo, metáforas más o menos sugestivas o sugestionadoras con las que se pretende hipnotizar a los lectores (1984: 85). La apelación a la pasión y la apuesta por la falacia fueron, en esta línea, criticadas con dureza por Pulitzer en sus reflexiones sobre el periodismo:

“Tenemos unos cuantos periódicos –es triste, pero cierto– que propugnan peligrosas falacias y falsedades, apelando a la ignorancia, al partidismo, a las pasiones, a los prejuicios populares, a la pobreza, al odio a los ricos y al socialismo, sembrando la semilla del descontento –que con el tiempo, si no se le pone freno, conduce sin duda alguna a la anarquía y el derramamiento de sangre” (Pulitzer, 2011: 110).



### 3. Comunicar la amenaza en busca de movilización

Los medios de comunicación han hecho uso del elemento amenazante cuando han iniciado alguna campaña dirigida a movilizar a la ciudadanía hacia un determinado objetivo. Aludiendo constantemente a la necesidad de no mirar hacia otro lado y hacer frente a la situación, los motivos para sumarse a una determinada acción sobran, ya que el temor generado permite activar a los individuos en la defensa de una causa o en contra de un peligro. Así, el miedo logra su efecto de arrastre, especialmente cuando se le suma la sensación de estar siendo víctimas de una injusticia que es necesario afrontar.

Castells considera que el miedo, una de las emociones más importantes para el comportamiento político de la ciudadanía, puede dar lugar a la ansiedad o a la ira. La primera, que invita a aumentar la vigilancia, aparece como respuesta a una amenaza externa sobre la que no se tiene control. La ira, en cambio, surge como reacción a un acontecimiento negativo que contradice un deseo, aumenta con la percepción de una acción injusta y con la identificación del agente responsable de la acción y anima a llevar a cabo determinadas acciones, sean cuales sean sus riesgos (2009: 204).

Las condiciones que debe cumplir la representación de la amenaza en el discurso de los medios para que logre los resultados esperados son, fundamentalmente, dos. Por un lado, es conveniente que el miedo apele a sentimientos o creencias fuertemente enraizadas pues, como indica Glassner, "the success of a scare depends not only on how well it is expressed but also, as I have tried to suggest, on how well it expresses deeper cultural anxieties" (1999: 208). Por otro, es necesario que el riesgo sea advertido claramente. Así, ya Le Bon aseguraba que cuando el orador pretende articular un discurso dirigido a arrastrar a una colectividad sabe cómo, en íntima comunicación con la masa, evocarle las imágenes necesarias dado que "sólo éstas las aterrorizan o seducen y se convierten en móviles de acción" (2005: 55).

En la actividad periodística, esta clara identificación de la fuente de peligro se articula, según Gil Calvo, en dos fases, mediante las que muchas veces se presentan las llamadas revelaciones periodísticas. La primera de ellas estaría destinada a la creación de angustia ante aquello que se desconoce o es invisible mientras que, la segunda, se identificaría con la revelación sensacional, aquella que permite desvelar qué era aquello que se encontraba oculto. Así, el objeto al que se debe temer quedaría identificado y podría ser reconocido por cualquiera. Ahora bien, este mal podría no ser siempre real ya que, como indica el autor, con tal de que se restaure el equilibrio amenazado, "no importa

demasiado que los objetos designados como temibles –las cabezas de turco, los chivos expiatorios– sean ficticios o inventados" (2003: 156).

### 3.1. Simbología del miedo en la retórica conservadora

El discurso conservador ha empleado el temor para generar oposición contra determinadas reformas sociales, especialmente aquellas que son percibidas como una amenaza para los privilegios y la hegemonía moral de los que tradicionalmente han disfrutado las elites políticas, económicas y religiosas. Lo hizo en el pasado y lo sigue haciendo hoy, ayudándose de medios y plataformas que les permiten amplificar su mensaje y alcanzar una mayor audiencia. Para encontrar claras muestras de esta estrategia resulta pertinente fijar la atención en los contextos en los que las voces de la derecha han extremado su retórica como ocurrió, por ejemplo, durante la II República española o en la sociedad estadounidense de finales del siglo XX y principios del XXI.

En el primero de los casos, son varios los estudios que apuntan a que los portavoces de la derecha católica contemplaron el desarrollo de los acontecimientos que se sucedieron en España a partir de 1931 mediante "una óptica globalizadora, deformada por el miedo" que fue radicalizando progresivamente sus posiciones y fomentando la representación polarizada de la realidad social; que exigía abandonar cualquier posición neutral y, en su lugar, formar un bloque común ante todas las fuerzas revolucionarias que amenazaban el orden y las características esenciales del pueblo español (Montero, 1977: 112). Lo contrario sería, simplemente, colaborar con el Mal.

Así, las cabeceras conservadoras, como el monárquico ABC y el católico *El Debate*, se empeñaron desde abril de 1931 en difundir una imagen de amenaza y en identificar la República con la situación rusa, avivando el fantasma del comunismo desde sus páginas (Cruz, 1997: 292). El socialismo español sobresalió, desde el primer momento, como el objetivo privilegiado sobre el que construir discursos alarmantes que permitieran identificar con claridad al enemigo y movilizar la lucha contra él. Los ataques más frecuentes iban dirigidos a cuestionar la legitimidad de los miembros del Gobierno y a acusar al presidente Manuel Azaña de déspota, tirano o dictador (Montero, 1977: 133).

Décadas después, la llamada Nueva Derecha Religiosa, que gana fuerza en EE.UU. con la llegada de Ronald Reagan al poder (1981), también encuentra en el miedo la clave de su discurso, sobre todo en torno a asuntos relacionados con el sistema educativo, como son la enseñanza de la teoría de la evolución, la educación sexual o el rezo en la escuela. En

todas estas cuestiones, la Derecha Cristiana dibuja el temeroso espectro de un poderoso sistema de educación liberal que ha tomado el control de todas las escuelas públicas de la nación y cuya agenda es la antítesis de los valores tradicionales, sagrados para los fieles cristianos (Cibulka & Myers, 2008: 165). Para ello, cargan sus mensajes de símbolos y códigos culturales eficaces que persiguen la persuasión y la movilización de los simpatizantes de este colectivo religioso (Irvine, 2000: 70); un objetivo más fácilmente alcanzable cuando esas imágenes sintonizan con profundas ansiedades y convicciones fuertemente arraigadas entre sus destinatarios (Lienesch, 1982: 412).

Uno de los elementos comunes en estos discursos es el de la infancia en riesgo, el del menor como víctima de una injusticia que se quiere cometer contra él. Critcher considera que estos mensajes son poderosos porque, en muchas ocasiones, logran calar en la sociedad e impulsar determinadas iniciativas legales. En su opinión, todos los pánicos morales en torno a la infancia identifican un riesgo por parte de los adultos, definen a los niños como vulnerables ante ellos y proclaman la necesidad de defender la inocencia de los pequeños contra la corrupción que los amenaza, requiriendo que las autoridades intervengan para proteger a los menores (2003: 158).

#### **4. Metodología**

Los objetivos marcados en el inicio de este artículo exigen que apliquemos una metodología de tipo cualitativo que nos permita examinar, interpretar y comparar las estrategias persuasivas basadas en la evocación de imágenes simbólicas puestas en marcha por los dos autores seleccionados para el estudio: Juan Manuel de Prada y César Vidal. De este modo, nos centraremos en el análisis retórico en la medida en que este se encarga de explicar de qué manera se articulan los discursos –y en especial cómo comunican los símbolos insertados en ellos– con la intención de influir. La retórica nos facilita, para ello, conceptos que nos permiten entender cómo un texto genera significado y ayuda a dar forma tanto a las emociones como a los comportamientos de los individuos (Berger, 2000: 68).

El discurso no es un dispositivo neutral únicamente dirigido a transmitir significado. Como indica Alan Bryman, las personas buscan lograr determinados objetivos cuando comunican un mensaje y, por ello, el análisis del discurso debe preocuparse, sobre todo, por estudiar las estrategias empleadas con el propósito de crear diferentes tipos de efectos (2008: 500). En el caso de los textos de los medios de comunicación social, el análisis retórico debe centrarse en la manera en que comunican los símbolos en ellos empleados (Berger, 2000: 56).

contemplando tanto la persuasión intencional que persiguen los discursos mediáticos como los efectos y valores sociales asociados a las formas simbólicas insertadas en ellos (Ibíd.: 57).

En este sentido, los investigadores que emplean el análisis retórico acostumbran a focalizar su atención en los modos como los argumentos son contruidos y en el papel que diversos dispositivos lingüísticos (metáforas, analogías, ironías...) juegan en la formulación de esos argumentos (Bryman, 2008: 506). Van Dijk se muestra de acuerdo con este planteamiento y señala que las llamadas figuras retóricas "tienen funciones persuasivas específicas en varios niveles estructurales del discurso" (1999: 340) y, por ello, como indica Richardson, de ellas depende a menudo el éxito de una argumentación (2007: 65). Algunos de los dispositivos retóricos más destacados por los diferentes autores son las alegorías (Berger, 2000: 61), las hipérboles (Richardson, 2007: 65), las comparaciones o analogías (Berger, 2000: 62), las metonimias (Berger, 2000: 63; Bertrand & Hughes, 2005: 205) y las metáforas (Lakoff & Johnson, 1986: 187; Van Dijk, 1999: 340; Deacon et al., 1999: 142; Gill & Whedbee, 2000: 254; Berger, 2000: 63; Bertrand & Hughes, 2005: 205; Richardson, 2007: 66).

Son estas últimas, sin duda, las que parecen concentrar mayor poder argumentativo y persuasorio dado el consenso existente entre los diferentes especialistas a la hora de subrayar su determinante papel en la configuración retórica del mensaje, yendo mucho más allá de su función ornamental. Por ello, su análisis como mecanismo conceptual y semántico se revela fundamental ya que, en tanto que presentan una perspectiva particular de la realidad, modelan la experiencia humana a partir de algo que ya fue comprendido con anterioridad (Sandig & Selting, 2000: 255). Así, las metáforas cuentan con la capacidad de introducirse en nuestro sistema conceptual y, en consecuencia, alterarlo mientras modifica las percepciones y acciones a las que aquel da lugar, afectando así a la forma en que percibimos el mundo (Lakoff & Johnson, 1986: 187). El estudio de la metáfora posibilita, pues, adentrarnos y bucear en la lógica de los imaginarios, conocer los presupuestos y las preconcepciones en los que se basa (Lizcano, 2006: 67). Analizarlas permite, además, dar con aquellas que algunos autores llaman "arquetípicas"; es decir, las que actúan a través de generaciones, "estableciendo juicios de valor sobre los temas con los que están asociadas" (Gill & Whedbee, 2000: 256).

El empleo de las metáforas es, por tanto, un buen ejemplo de cómo los mensajes logran establecer vínculos entre significantes y significados de forma arbitraria, pero nada inocente. La conformación de signos, símbolos, no hace sino poner en relación diferentes significados en función de las configuraciones culturales y del orden social en los que se

desea hacer operar esos dispositivos de sentido (Deacon et al., 1999: 137). Los textos mediáticos aprovechan, para ello, las convenciones y los códigos culturales que facilitan la generación de determinadas estructuras narrativas, estereotipos o explicaciones sociales, a menudo muy próximas al mito, y que permiten, finalmente, interpretar y otorgar sentido al mundo en que vivimos, favoreciendo la reproducción de la ideología que los sustenta (Bertrand & Hughes, 2005: 205).

Por este motivo, no es posible analizar un texto aislado de su ideología y de cómo esta ha influido en su producción. La visión que domina el discurso, en tanto que reflejo de una perspectiva ideológica (Renkema, 1999: 185), puede ser examinada e interpretada. Quien produce un signo parte de unos intereses específicos para establecer una determinada relación entre el significante y el significado, siempre motivada. La ideología juega en ese proceso un papel clave ya que todos los modos comunicativos están social y culturalmente formados (Kress et al., 2000: 380). Posteriormente, la comprensión del discurso sólo nos permitirá construir una representación de lo comunicado si resulta coherente con los modelos y representaciones ya interiorizados.

En este sentido, la función de la metáfora y del resto de dispositivos retóricos (analogía, hipérbole...) es, según Van Dijk, "manejar los procesos de comprensión del receptor e indirectamente, en consecuencia, las estructuras de los modelos mentales" (1999: 340) con el objetivo de que, al final, el destinatario del mensaje comparta la lectura de la realidad que pretende promover el emisor y que constituiría el "modelo preferido" del hablante o escribiente: aquello que quiere que el receptor sepa o crea (Ibíd.: 329).

Dado el tipo de fenómeno al que están vinculados los discursos que someteremos a análisis, consideramos que "el modelo preferido" de los autores que examinaremos estructura la realidad de modo que promueva la indignación y el sentimiento de injusticia, pues según William Gamson son los encuadres de este tipo, creados entre otros por los columnistas de los medios<sup>1</sup>, los que resultan más efectivos a la hora de promover una acción social colectiva (1992: 32), elemento clave en el conflicto considerado. Así pues, el encuadre implicaría, necesariamente tres elementos: 1) un sujeto agente que lleva a cabo una acción de manera tiránica, 2) una acción connotada negativamente de modo que se entiende como agravio y 3) un sujeto paciente que sufre dicha acción como víctima de las intenciones del primero.

El análisis del discurso que desarrollaremos recupera las cuestiones señaladas sobre el papel de los dispositivos retóricos en la persuasión del periodismo de opinión para

---

<sup>1</sup> Según el sociólogo americano, la tarea de los columnistas "is to give order and meaning to the helter-skelter of daily events, inventing apt metaphors or catchy phrases in the process" (Gamson, 1984: 80).

identificar las estrategias y figuras empleadas en la representación de cada uno de estos tres elementos, de manera que podamos señalar, por un lado, cuáles fueron los dispositivos dominantes y, por otro, qué significados quedaron asociados a ellos, descubriendo, finalmente, si fue la vía lógica o la psicológica la que resultó privilegiada por estos autores.

Por último, es necesario añadir que el análisis establecerá, en su caso, la correspondencia de las estrategias detectadas con recursos retóricos de carácter similar empleados por los diarios conservadores ABC y *El Debate* durante la II República, con el objetivo de explorar la posible existencia de resonancias culturales y de sintonía de la retórica periodística contemporánea con narraciones y mitos ideológicos de mayor recorrido, lo que permitiría confirmar la existencia de ciertos códigos y convenciones en el discurso mediático de carácter conservador ante cuestiones educativas.

#### 4.1. Corpus

El conjunto de piezas seleccionadas para llevar a cabo el análisis se compone de los artículos publicados por dos conocidos columnistas del panorama comunicativo español: Juan Manuel de Prada, que publica en el diario ABC su columna "El ángulo oscuro", y César Vidal, que colabora en el periódico *La Razón* con "El faro". Los textos seleccionados son aquellos que, entre septiembre de 2004 y marzo de 2008, ambos autores publicaron con relación a la aprobación y puesta en marcha de la asignatura Educación para la Ciudadanía. En total, suman 44 columnas, 29 de ellas publicadas por De Prada y 15 firmadas por Vidal. Aunque algunas de ellas no abordan de forma específica la implantación de la materia en el currículo escolar, todos los textos son analizados al tratarse de discursos que hacen referencia a esta cuestión, más allá de que el tema principal de la columna sea otro asunto de la actualidad.

Pese a que ambas cabeceras cuentan con muchas otras firmas en sus secciones de opinión, algunas de las cuales han publicado textos en la orientación opuesta a los aquí analizados, la selección de estos dos autores se basa en tres criterios: el significativo número de contribuciones que han realizado sobre el caso investigado, la acentuada presencia de recursos retóricos y símbolos ideológicos en sus discursos y por tratarse de dos nombres destacados y representativos de la esfera mediática conservadora dada su participación tanto en medios escritos como audiovisuales.

Juan Manuel de Prada, licenciado en Derecho y escritor, ha participado como tertuliano en diversas cadenas privadas, como Antena 3 e Intereconomía, y públicas, como la autonómica Telemadrid. También intervino durante un tiempo

2 Los libros publicados por Vidal han sido enmarcados dentro del llamado "revisionismo histórico", una modalidad narrativa considerada pseudocientífica y que algunos autores también relacionan con el estilo del periodismo sin información: "En estrecha relación con este periodismo hallamos la otra manifestación escrita, la que ha tomado como afán reescribir la historia desde ópticas que van más allá del revisionismo, ya que se trata



de interpretaciones al margen de cualquier pauta o criterio histórico, para devenir en simples instrumentos de una lucha ideológica orientada a reivindicar y legitimar retrospectivamente al régimen franquista" (Ortega, 2006: 49).

en la emisora de los obispos, la COPE, y colabora en el periódico del Vaticano, *L'Osservatore Romano*.

Por su parte, César Vidal, que también ha firmado diversas obras en los últimos años<sup>2</sup>, dirige y presenta el programa "Es la noche de César" en es.Radio, donde comenzó a trabajar tras abandonar la COPE en 2009. Además de hacerlo en las columnas publicadas por *La Razón*, Vidal comenta la actualidad desde su blog personal.

## 5. Resultados del análisis

### 5.1. Dispositivos retóricos vinculados al Ejecutivo («el tirano»)

Analizamos en primer lugar los dispositivos vinculados a la representación del sujeto agente, con el objetivo de significarlo como un actor tiránico. Una de las estrategias más habituales en las columnas examinadas es presentar al Ejecutivo como propio de una sociedad totalitaria, como si su acción de gobierno no se basara en una lógica democrática. Para ello, los autores lo asocian con imágenes y referencias que contribuyen a este ejercicio de deslegitimación. En ocasiones, como podemos observar en los siguientes ejemplos de De Prada, la vinculación se hace de manera genérica mediante analogías y la introducción de metáforas: "el Nuevo Régimen se cree investido de poderes para imponer una «moral pública» a la medida de su conveniencia" (ABC, 25/07/2005: 5), "La idea carece de novedad; la han enarbolado como propia todos los totalitarismos que en el mundo han sido" (ABC, 13/08/2005: 5) y "esa críptica asignatura en la que nuestros hijos (e hijas) aprenderán los Principios Generales del Movimiento" (ABC, 15/10/2005: 5).

Sin embargo, son más comunes las comparaciones con algunos ejemplos históricos de sistemas totalitarios como, por ejemplo, el nazismo. Así, en una columna titulada "Lo que hacen los nazis", De Prada establece la siguiente analogía:

"La narración que nos ofrece Ratzinger del paulatino desalojo de la religión en la Alemania de los años treinta y su sustitución por una religión de Estado disfrazada de educación ciudadana bien podría servir para describir el estado de la situación en España, setenta años después" (ABC, 01/07/2006: 5).

También César Vidal emplea referencias al sistema nazi para articular su oposición a la aprobación de Educación para la Ciudadanía. En este extracto, el columnista de *La Razón* afea al secretario general de la Federación de Religiosos de la

Enseñanza (FERE), Manuel de Castro, que los centros católicos hayan decidido impartir la asignatura adaptándola a su ideario. Para ello, compara al religioso con los judíos que, durante un tiempo, colaboraron con el régimen de Hitler:

“Manuel de Castro [...] no se percató de que ha roto el frente de los que defienden la libertad frente a una concepción totalitaria del Estado y cuando se quiera dar cuenta será demasiado tarde. Lo mismo que, salvando las distancias, el Judenrat. Pero, con una diferencia sobrecogedora, aquellos judíos jamás tuvieron salida y la FERE cuenta con todas” (*La Razón*, 10/07/2007: 8).

No obstante, es el sistema comunista el que aparece con mucha más frecuencia en la prosa de ambos articulistas. En ocasiones, unido al nazismo: “ante este monstruoso experimento educativo que habría hecho las delicias de Hitler y Stalin, yo vuelvo a declararme objetor de conciencia [...] Nunca lo hubiera creído, pero ZP me está empujando a adoptar comportamientos que sólo creí posibles bajo una dictadura” (*La Razón*, 25/05/2007: 8) y “En otras palabras, [EpC] atribuye al Estado un poder que ideologías criminales, como el comunismo o el nacional-socialismo alemán, siempre han pretendido tener en sus manos. Como para no objetar” (*La Razón*, 16/07/2007: 10). En algunos de los textos, el comunismo se introduce como única imagen con la que visibilizar la amenaza que, desde su punto de vista, suponen los impulsores de la nueva materia. Así lo hizo De Prada mediante la siguiente analogía:

“A la postre, la «utopía civil» de Zapatero no se distingue demasiado de las utopías que defendieron los regímenes comunistas. Cambian las formas – los valores que rigen en tal utopía ya no los impone la Komintern, sino la matemática parlamentaria-, pero subsiste la misma argumentación de fondo [...] también la Komintern actuaba libre y responsablemente cuando imponía las directrices que debían guiar el comportamiento de quienes estaban oprimidos bajo su férula” (*ABC*, 23/07/2007: 5).

César Vidal contribuyó, asimismo, a potenciar este símbolo mediante esta metáfora: “Hoy por hoy, la defensa del Octubre rojo ha quedado relegado (sic.) a algunos textos de Educación para la Ciudadanía –lo que demuestra la bazofia intelectual que puede abrigar la asignatura de marras” (*La Razón*, 30/10/2007: 08).

En ambos autores detectamos alusiones a narraciones contextualizadas en el sistema soviético para subrayar el comportamiento de algunos de sus personajes que, en unos

3 Esta película, dirigida por Florian Henckel von Donnersmarck y estrenada en 2006, narra la historia de un capitán de la Stasi, la seguridad en la República Democrática Alemana, que debe llevar a cabo una labor de espionaje a un escritor del que desconfía el Gobierno. Sin embargo, el oficial, Gerd Wiesler, acaba rebelándose y decide no delatar determinadas actividades del artista al reconocer que se estaban violando los derechos y libertades más básicos.

casos, son dignos de imitación y, en otros, alimento del mayor de los temores. Son muestras de que el empleo de alegorías, entendidas como metáforas extendidas, puede resultar muy persuasivo. El columnista de ABC, echó mano de un reciente filme<sup>3</sup> para ahondar en esa referencia: “Actuemos como Wiesler en «La vida de los otros». Detengamos la máquina” (ABC, 02/07/2007: 5). En un ejemplo extraído de la columna de Vidal encontramos, sin embargo, un caso opuesto, el de un niño de la URSS que decidió denunciar a sus padres ante las autoridades por traición al sistema:

“Se trataría de un intento de apoderarse de las mentes y de los corazones de criaturas de tres años a las que convertir en patéticos remedos de Pavlik Morozov, en pequeños monstruos ignorantes de lo más elemental gracias a la LOE, pero capaces de acabar con sus padres si éstos cometen la osadía de no plegarse a los presupuestos de las izquierdas y de los nacionalistas” (La Razón, 05/03/2006: 10).

Cuestionar la legitimidad de la acción ejecutiva del gobierno negándole su base democrática y revistiéndolo de un carácter totalitario cuenta con precedentes en la retórica de la derecha española. En la II República, se empleó este recurso para atacar la nueva etapa. El periódico ABC, en su editorial “Actos de dictadura” de 22 de abril de 1931 aseguraba que “No importan el matiz ni la composición de esta dictadura; que no sea personal y que el pomposo nombre de República la incline a una moderación de su arbitrio; es dictadura”.

También el recurso al fantasma comunista fue frecuente en la retórica de la prensa conservadora republicana. Muchos de los editoriales de cabeceras de carácter católico aludían al sistema soviético para acrecentar la sensación de peligro respecto a la obra legislativa que los socialistas estaban desarrollando en el Gobierno. Así, por ejemplo, en el del diario *El Debate* de 21 de agosto de 1931 podía leerse: “Son tan pocos los Estados que pueden competir con España –si ‘eso’ [proyecto de Constitución] se aprueba-, que en un abrir y cerrar de ojos se informa el lector. Nos vence, en la teoría y en la práctica, Méjico, y en la práctica solamente, Rusia”.

Por otro lado, los seguidores del movimiento *Tea Party*, que ha ido ganando apoyos en los últimos años en EE.UU., también han hecho uso de la analogía nazi al comparar al presidente Barack Obama con Adolf Hitler durante las movilizaciones que llevaron a cabo para protestar contra los planes de asistencia sanitaria del mandatario norteamericano. Sin embargo, como indica Lederman (2010), el recurso comparativo no fue ideado

4 Muy significativo resulta el episodio narrado por Lederman en referencia a una charla que Obama quiso dar a unos estudiantes en septiembre de 2009. Según relata, el presentador del programa "Savage Nation" que emite *Talk Radio Network*, Michael Savage, acusó al presidente de adoctrinamiento: "Hitler had the Hitler Youth and Obama would like to have the Obama Youth".

por ellos sino que les llegó a través de las radios de derechas y de los comentaristas televisivos, especialmente los de la cadena *Fox News*<sup>4</sup>.

En definitiva, el empleo de las estrategias retóricas vinculadas al sujeto agente podría resumirse en el siguiente cuadro:

**Tabla 1**

Dispositivo retórico		Imagen asociada	Atribución de sentido
Representación del sujeto agente	Analogías/ Comparaciones	Todos los totalitarismos	Totalitarismos
		Alemania de los años treinta	Nazismo
		Judenrat	Nazismo
		Hitler y Stalin	Nazismo/ Comunismo
		Comunismo o nacional-socialismo alemán	Nazismo/ Comunismo
		Komintern	Comunismo
	Metáforas	El Nuevo Régimen	Totalitarismo
		Principios Generales del Movimiento	Totalitarismo
	Alegorías	Octubre rojo	Comunismo
		La vida de los otros	Comunismo
		Pavlik Morozov	Comunismo

## 5.2. Dispositivos retóricos vinculados a Educación para la Ciudadanía («el ataque»)

En segundo lugar, identificaremos las estructuras retóricas empleadas para representar la considerada acción principal: la introducción de Educación para la Ciudadanía en el currículo educativo español. La nueva materia quedó expuesta a través de diversos símbolos. Uno de ellos recuerda la visión polarizada a la que hicimos referencia al abordar los rasgos de la simbología del miedo en la retórica conservadora: la realidad se divide entre el bien y el mal. Este último quedaría encarnado por la materia, según la metáfora propuesta por Vidal: "Cuando el mal no es resistido, cuando los inocentes aceptan ser divididos por los que desean su aniquilación, cuando se colabora con el mal, sólo se consiguen los peores resultados" (*La Razón*, 10/07/2007: 8). El Mal, en el discurso religioso, se asocia con el demonio. Por eso, De Prada encuentra fácilmente una alegoría con la que simbolizar qué hay, en su opinión, detrás de la nueva materia: "Cuando, por el contrario, [el progre] descubre que aún hay familias que se resisten a su ingeniería social [...] es natural que se le ponga el cuerpo como a la niña de «El exorcista»" (*ABC*, 31/12/2007: 5).

La idea de “ingeniería social” es asociada en muchas ocasiones a la asignatura a través de diversas metáforas, como si la materia fuera una herramienta al servicio de un plan secreto, tramado en la sombra, entre tinieblas, y del que poco puede advertir la engañada e ignorante sociedad: “Cuando lo que debiera ser un obvio principio inspirador de toda educación humanista se convierte en muletilla machacona y estribillo contumaz es porque el Nuevo Régimen encubre alguna intención inconfesable” (ABC, 15/10/2005: 5) o “Y es que cuanto más se conoce de la asignatura de EpC más escalofriante resulta como atentado frontal contra la libertad. No son sólo sus contenidos. Se trata, fundamentalmente, de su pretensión de modelar la sociedad como si fuera plastilina” (La Razón, 16/07/2007: 10).

Asimismo, el empleo de metáforas permite conceptualizar la implantación de la materia como la ejecución de una agresión o de un delito. Los objetivos que fundamentan la puesta en marcha de la materia son, en este sentido, asimilados a prácticas delictivas o coercitivas que, según leemos en algunas de las columnas, serían impulsadas por grupos de poder con oscuros intereses. Así, mientras De Prada considera que “antes, la corrupción de menores era un delito; ahora es una rama de la llamada Educación para la Ciudadanía” (ABC, 5/11/2005: 5), Vidal opta por la expresión de “lavado de cerebro” para insistir en que la asignatura debe ser resistida:

“Al examinar la guía impulsada por el Ministerio no puede caber la menor duda de que la asignatura de EpC pretende el lavado de cerebro de los estudiantes para, entre otras cosas, amoldarlos a los planes del lobby gay, convertirlos a las delicias de la eutanasia y adoctrinarlos en el resentimiento zapateril” (La Razón, 25/05/2007: 8).

“A don José [José Blanco] le gustaría que los católicos [...] aceptaran suicidarse consintiendo el lavado cerebral de sus hijos con la Educación para la Ciudadanía” (La Razón, 06/01/2008: 10).

Durante los primeros años de la II República, el ejecutivo socialista también recibió acusaciones conspiranoicas de responder con sus leyes al mandato y los designios de fuerzas secretas, aquellas que actúan desde la sombra. En el editorial “La intervención de la masonería”, de 14 de octubre de 1931, *El Debate* aseguraba:

“El problema religioso o, mejor dicho, la batalla antirreligiosa entablada en la Cámara Constituyente, empieza a despertar en la opinión sensata del país recelos de una dirección oculta, de un pensamiento directivo encarnado en una



organización secreta. No se explica de otro modo ese anclamiento en la idea fija, en la obsesión ciega de la persecución religiosa, sin razones, sin argumentos, sin finalidades extrañas al puro sectarismo.

[...] tenemos derecho a ver la proyección de la sombra inequívoca del espectro de las logias”.

Por lo tanto, la utilización de los dispositivos retóricos vinculadas a la acción principal podría resumirse en la siguiente tabla:

**Tabla 2**

Dispositivo retórico		Imagen asociada	Atribución de sentido
<b>Representación de la acción</b>	Metáforas	El mal	Amenaza
		Encubrimiento de intención	Amenaza / Peligro
		Inconfesable	
		Atentado	Amenaza / Delito
		Modelar la sociedad como si fuera plastilina	Amenaza
		Corrupción de menores	Amenaza / Delito
		Lavado de cerebro	Amenaza
	Alegorías	La niña de «El exorcista»	Amenaza

### 5.3. Dispositivos retóricos vinculados a los estudiantes («las víctimas»)

Por último, destacaremos algunos de los dispositivos retóricos dominantes en la representación de quienes serían, según el marco promovido por estos columnistas, las víctimas de la introducción de la asignatura, considerada un claro ataque. De nuevo, abundan los recursos metafóricos. Las diferentes imágenes evocadas en los textos, muchas de las cuales contienen una importante carga emotiva, inciden en la conceptualización de los menores a partir de dos atributos: su vulnerabilidad y su sometimiento a los dictados del poder. Un primer grupo de símbolos estaría formado por metáforas y expresiones a través de las cuales se asocia a los escolares con el mundo animal del que el ser humano ha ido adueñándose o domesticando para sacar algún tipo de provecho o beneficio: “que quede grabado a fuego” (como se hace con las reses) (ABC, 25/07/2005: 5), “la pesca” (ABC, 13/08/2005: 5), “cobayas” (ABC, 05/11/2005: 5), “pienso ideológico” (ABC, 01/07/2006: 5), “chucho obediente” y “masa estólida y aborregada” (ABC, 20/11/2006: 5) son algunos ejemplos detectados en estos artículos.

Por otro lado, la metáfora del “esclavo” también es incorporada en varios de los textos que conforman el corpus



analizado. Juan Manuel de Prada, que titula dos de sus columnas "Lacayos del nuevo régimen" (ABC, 13/08/2005: 5) y "Educación para la esclavitud" (ABC, 17/07/2006: 5), es el autor que más a menudo emplea este símbolo para generar la imagen de menores amenazados ante la asignatura, como observamos en este ejemplo:

"Hubo una época en que algunos psiquiatras postulaban la lobotomía, convencidos de que extirpando tal o cual zona del cerebro se podían curar los trastornos mentales. La asignatura de Educación para la Ciudadanía postula la lobotomía emocional. Desde que el mundo es mundo, las tiranías se han distinguido por practicar la cirugía de los afectos y las emociones; es el método más eficaz para formar esclavos" (ABC, 28/07/2007: 5).

Las referencias a los estudiantes son acompañadas frecuentemente con alusiones a su corta edad y a su inocencia, lo que incrementa la emotividad y el atractivo sensacionalista de la imagen evocada. Así, Vidal hace referencia a la puericia de los escolares para justificar su oposición a la materia:

"En otras palabras, desde los tres años, los niños se verían sometidos a un adoctrinamiento ideológico según los patrones de lo políticamente correcto. Me pregunté si a alguien que conozca realmente a los niños le parece lógico que en una etapa de su vida en la que aprenden a utilizar el orinal se les enseñe sobre los denominados estereotipos sexistas" (La Razón, 05/03/2006: 10).

La introducción de esta hipérbole permite exagerar la inocencia e ignorancia de los alumnos a los que se impartirá la materia ya que en el sistema educativo español la asignatura no se imparte, como pronto, hasta 5º curso de Primaria, al que los niños acceden con 10 años y no tres como apunta Vidal. Sin embargo, también el columnista De Prada coincide en subrayar la, en su opinión, premura con la que los escolares van a cursar la nueva asignatura: "una intervención que, para más inri, se pretende ejercer contra los más débiles e indefensos, esto es, contra quienes todavía no tienen su conciencia formada" (ABC, 02/07/2007: 5).

Como indicamos anteriormente, el símbolo de la infancia es común en los discursos que pretenden construir un pánico moral en torno a un elemento que se considera pernicioso para el sistema de valores que se quiere preservar. También en la retórica católica de la II República encontramos resonancias en este sentido. El diario ABC, en el editorial publicado el 17 de febrero de 1932 con el objetivo de

cuestionar el artículo 26 de la constitución republicana, aseguró: “es natural que los padres no renuncien a la formación moral y espiritual de sus hijos y no se allanen a lo que repugnan sus conciencias y les parece secuestro sectario de las almas juveniles”. También *El Debate*, contra la Ley de Confesiones y Congregaciones Religiosas, hizo uso del símbolo de los menores desvalidos para fundamentar su editorial de 2 de diciembre de 1932:

“En fin; nos hallamos ante una ley francamente persecutoria, tanto... tanto... que sólo la exceden en sectarismo anticatólico las de Rusia y Méjico. Y es tal la saña con que se preparan estos atentados, que a una parte de la Comisión, precisamente la parte más ministerial de ella, ni siquiera la contiene la evidencia de que aplicado sin demora alguno de los preceptos de la futura ley, se causará a millares de familias tan incalculable daño, como dejar en la calle, sin escuela y sin maestro, sin medios de aprender, interrumpidos sus estudios, a muchos miles y miles de niños y adolescentes”.

Como síntesis, el empleo de las estrategias retóricas vinculadas al sujeto paciente podría resumirse en el siguiente cuadro:

**Tabla 3**

Dispositivo retórico		Imagen asociada	Atribución de sentido
<b>Representación del sujeto paciente</b>	Metáforas	Res / borregos	Docilidad / Explotación
		Pesca	Inocencia / Explotación
		Cobaya	Inocencia / Explotación
		Chucho obediente	Obediencia/ Sumisión
		Lacayos / esclavos	Obediencia/ Sumisión
	Hipérbole	Niños que aprenden a utilizar el orinal	Extrema inocencia
		Niños que no tienen su conciencia formada	Extrema inocencia

## 6. Discusión

Los fragmentos reproducidos en el anterior apartado evidencian la constante apelación a imágenes que constituyen importantes representaciones de la amenaza gracias al empleo de múltiples dispositivos retóricos de evidente capacidad argumentativa y persuasoria. Se trata de símbolos que, por un lado, cuentan con un intenso componente emocional y que, por otro, enmarcan una

situación de injusticia que demanda y exige actuación. En este sentido, los recursos retóricos analizados constituirían una estrategia dirigida más bien a la generación de ira movilizadora que no a la provocación de miedo paralizante.

Este objetivo se refuerza, además, gracias a la construcción del espacio íntimo entre columnista-lector que caracteriza a este género de opinión mediante fórmulas inclusivas como “nuestros hijos adoptarán como propio el catecismo del Nuevo Régimen” (ABC, 13/08/2005: 5) o “ansían arrebatarnos el derecho a educar a nuestros hijos según los dictados de nuestra conciencia” (La Razón, 03/06/2007: 10).

En cualquier caso, el propósito que subyace tras la elaboración de estos discursos es explicitado por los propios autores en diversas ocasiones. Piden reacción y lo hacen predicando con el ejemplo, anteponiendo, en esos casos, el *ethos* tanto a la estrategia argumentativa como a la apelación emocional. Así, leemos que Juan Manuel de Prada asegura: “¿Tendremos valor para acudir a los tribunales, vindicando este derecho [Los poderes públicos garantizan el derecho que asiste a los padres para que sus hijos reciban la formación religiosa y moral que esté de acuerdo con sus propias convicciones]? Convendría, en cualquier caso, que nos apresurásemos a hacerlo” (ABC, 13/08/2005: 5). De manera más explícita, César Vidal aboga por la vía de la objeción de conciencia, que también fue defendida por diversas organizaciones sociales y que finalmente el Tribunal Supremo descartó que pudiera ejercerse contra la asignatura:

“Pues bien... yo vuelvo a declararme objetor de conciencia. No sólo eso. Espero que den ese mismo paso todas las gentes de buena voluntad, que anhelan lo mejor para sus hijos y que no quieren verlos convertidos en robots de una cosmovisión que pretende que es normal mantener relaciones sexuales con un asno, que la eutanasia es un derecho, que es deseable que un adulto se acueste con un niño” (La Razón, 25/05/2007: 8).

La medida en que estos persuasivos mensajes contribuyeron a generar sensación de amenaza entre los lectores de las columnas y, por tanto, a impulsar su reacción contra la materia es una variable que no corresponde a este análisis dado que exigiría aplicar una metodología que estudiara la recepción e interpretación de estos dispositivos retóricos y de los modelos mentales a ellos vinculados, pero sí parece razonable señalar que las imágenes evocadas pudieron tener un efecto más intenso entre aquellos que compartieran los temas y las referencias culturales a los que los distintos recursos apelan y que tradicionalmente han sido alimentados y afianzados en el imaginario colectivo de un determinado

sector de la sociedad española.

### **6.1. Resonancias culturales: la memoria discursiva de la II República**

No es de extrañar que algunos de los símbolos detectados y analizados en este artículo muestren similitudes con analogías y metáforas empleadas por el discurso periodístico conservador articulado durante los primeros años de la II República. Estos puntos de unión entre ambas retóricas surgen de una lectura del presente a partir de los esquemas empleados en el pasado, tal y como quedó evidenciado en unas declaraciones que realizó César Vidal el 12 de diciembre de 2005 en el programa *La Linterna*, de la cadena COPE: “En lugar de tolerancia, Rodríguez Zapatero demostró enseguida un sectarismo preocupante, desencadenando una iniciativa laicista desconocida en España desde los años 30 del siglo pasado” (Vioque, 2006: 79).

El periodo comprendido entre 2004 y 2008 fue, en efecto, una etapa en la que el legado de la II República volvió a tomar cuerpo en el espacio público por diversos motivos, aunque aquí nos interesa rescatar el marco de “persecución a la Iglesia” alimentado fuertemente durante la etapa republicana y ahora recuperado por representantes del sector más conservador de la sociedad española con el objetivo de despertar indignación contra el Ejecutivo en general y contra determinadas iniciativas legislativas en particular.

En este sentido, las columnas analizadas constituyen un buen ejemplo de cómo determinadas imágenes cuentan con un recorrido mucho mayor del que denota su uso concreto en un momento dado. Como elementos intertextuales, trasladan la imaginación a otros escenarios, resucitan fantasmas que parecían dormidos, estimulan narrativas compartidas y encuentran eco en creencias y mitos arraigados en nuestra forma de comprender el mundo. De este modo, nos mostramos de acuerdo con que el comentario periodístico se basa en el conocimiento almacenado por el escritor pero también sobre la inscripción de recuerdos o de apelaciones que funcionan como disparadores de memoria y de saberes ocultos en la conciencia de los lectores (Moirand, 2007: 130).

## **7. Conclusiones**

La prensa, o al menos algunos de sus principales exponentes, no ha abandonado algunos de los peligros de los que desde finales del siglo XIX nos advertían quienes comenzaban a exigir del periodismo un compromiso con el bienestar social y el respeto al debate racional. La politización y el talante agitador, característicos de la prensa española durante

mucho tiempo, siguen formando parte de las estrategias de los medios porque, como se apuntó al inicio, los discursos que acoge una cabecera, incluidos los de sus articulistas, son responsabilidad del periódico en tanto que los asume como elemento de su propuesta a los ciudadanos.

El análisis desarrollado muestra que los dos columnistas examinados favorecen la vía psicológica, de apelación a la subjetividad ideológica y moral del destinatario, en la configuración retórica de sus discursos, empleando numerosas metáforas y alegorías que facilitan la comprensión del conflicto a partir de experiencias conceptualizadas como amenazantes en la ideología conservadora en la que se enmarcan estos mensajes. Asimismo, estos dispositivos permiten vincular el significado dominante en las columnas con mitos y explicaciones de mayor recorrido, como demuestra el hecho de que guarden estrecha relación con recursos utilizados y afianzados por la prensa católica de la II República. Pese a la primacía de la vía del *pathos*, podemos señalar que también detectamos muestras de la persuasión por medio del *logos* (fundamentalmente mediante la inclusión de ejemplos o analogías de carácter inductivo) y del *ethos* (especialmente mediante la incitación a la acción opositora como un paso que los propios autores no dudarían en dar).

El material analizado respondería, pues, al fenómeno que algunos autores califican como pseudoperiodismo, en la medida en que utiliza la opinión para construir un relato más próximo al mito que al discurso razonador y que, por ello, no se ve afectado “por su verdad o falsedad, sino por la capacidad que tiene para «explicar» (ilusoriamente) los acontecimientos, invocando fuerzas y poderes ocultos” (Ortega, 2011: 116). La demagogia, la creación de alarma y la apelación a símbolos muy relevantes culturalmente pero muy poco justificados por los hechos verificables sitúan a las columnas analizadas en el conjunto de discursos que, llamándose opinión periodística, hoy representan un ejercicio distinto al de la responsable comunicación social. La retórica conservadora se apodera, así, del espacio del periodismo para alertar de nuevo de una supuesta amenaza recuperando y difundiendo los símbolos de siempre.

## 8. Referencias bibliográficas

- [1] ABRIL VARGAS, N. (1999). *Periodismo de opinión: claves de la retórica periodística*. Madrid: Síntesis.
- [2] ARMAÑANZAS, E. & DÍAZ NOCI, J. (1996). *Periodismo y argumentación: géneros de opinión*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- [3] BERGER, A. A. (2000). *Media and Communication Research*

*Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.

[4] BERRIO, J. (s.f.). *La persuasió*. Recuperado el 29 de mayo de 2009 del Portal de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona: [http://www.portalcomunicacion.com/cat/pdf/txtlin/persuacio\\_1.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/cat/pdf/txtlin/persuacio_1.pdf).

[5] BERTRAND, I. & HUGHES, P. (2005). *Media Research Methods: Audiences, Institutions, Texts*. New York: Palgrave Macmillan.

[6] BORRAT, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.

[7] BRYMAN, A. (2008). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.

[8] CARRATALÁ, A. (2010). El editorial como generador de campañas de agitación: intervención social de ABC y La Razón ante Educación para la Ciudadanía. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n. 16, pp. 107-129.

[9] CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

[10] CIBULKA, J. & MYERS, N. (2008). Fearful reformers: the institutionalization of the Christian Right in American Politics. *Educational Policy*, vol. 22 (1), pp. 155-180.

[11] CRITCHER, C. (2003). *Moral panics and the media*. Philadelphia: Open University Press.

[12] CRUZ, R. (1997). ¡Luzbel vuelve al mundo! Las imágenes de la Rusia soviética y la acción colectiva en España. En R. Cruz & M. Pérez Ledesma (Eds.), *Cultura y movilización en la España contemporánea* (pp. 273-303). Madrid: Alianza.

[13] DEACON, D.; PICKERING, M.; GOLDING, P. & MURDOCK, G. (1999). *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. London: Hodder Arnold.

[14] GAMSON, W. A. (1992). *Talking politics*. New York: Cambridge University Press.

[15] GAMSON, W. A. (1984). *What's news*. New York: Free Press.

[16] GIL CALVO, E. (2003). *El miedo es el mensaje: riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza.

[17] GILL, A. M. & WHEDBEE, K. (2000). Retórica. En Teun A. Van Dijk (Comp.), *El discurso como estructura y proceso* (pp. 233-270). Barcelona: Gedisa.

[18] GLASSNER, B. (1999). *The culture of fear: Why Americans are afraid of the wrong things*. New York: Basic Books.



- [19] GOMIS, L. (1989). *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- [20] GOMIS, L. (1974). *El medio media: la función política de la prensa*. Madrid: Seminarios y Ediciones.
- [21] GUTIÉRREZ PALACIO, J. (1984). *Periodismo de opinión*. Madrid: Paraninfo.
- [22] IRVINE, J. M. (2000). Doing it with words: discourse and the sex education culture wars. *Critical Inquiry*, vol. 27 (1), pp. 58-76.
- [23] IZQUIERDO, J. M. (2010). *Los cornetas del Apocalipsis*. Madrid: La hoja del monte.
- [24] KOVACH, B. & ROSENSTIEL, T. (2010). *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*. New York: Bloomsbury.
- [25] KOVACH, B. & ROSENSTIEL, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Aguilar.
- [26] KRESS, G.; LEITE-GARCÍA, R. & VAN LEEUWEN, T. (2000). Semiótica discursiva. En Teun A. Van Dijk (Comp.), *El discurso como estructura y proceso* (pp. 373- 416). Barcelona: Gedisa.
- [27] LAKOFF, G. & JOHNSON, M. (1986). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- [28] LE BON, G. (2005). *Psicología de las masas*. Madrid: Morata.
- [29] LEDERMAN, N. (2010). Playing the Nazi Card. *Extra! March 2010*. Recuperado el día 15 de septiembre de 2011 de <http://www.fair.org/index.php?page=4022>.
- [30] LIENESCH, M. (1982). Right-Wing Religion: Christian Conservatism as a Political Movement. *Political Science Quarterly*, vol. 97 (3), pp. 403-425.
- [31] LIPPMANN, W. (2011). *Libertad y prensa*. Madrid: Tecnos.
- [32] LIZCANO, E. (2006). *Metáforas que nos piensan: sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones*. Madrid: Traficantes de sueños.
- [33] MCNAIR, B. (2008). I, Columnist. En B. Franklin (Ed.), *Pulling Newspapers Apart: Analysing Print Journalism* (pp. 112-120). London: Routledge.
- [34] MOIRAND, S. (2007). *Les discours de la presse quotidienne: observer, analyser, comprendre*. Paris: Presses universitaires de France.
- [35] MONTERO, J. R. (1977). *La CEDA: el catolicismo social y político en la II República*. Vol. II, Madrid: Ediciones de la Revista de Trabajo.

- [36] ORTEGA, F. (2011). *La política mediatizada*. Madrid: Alianza.
- [37] ORTEGA, F. (2006). El modelo de la no información. En F. Ortega (Coord.), *Periodismo sin información* (pp. 15-50). Madrid: Tecnos.
- [38] PERELMAN, Ch. & OLBRECHTS-TYTECA, L. (1989). *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- [39] PULITZER, J. (2011). *Sobre el periodismo*. Madrid: Gallo Nero.
- [40] RENKEMA, J. (1999). *Introducción a los estudios sobre el discurso*. Barcelona: Gedisa.
- [41] RICHARDSON, J. E. (2007). *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
- [42] SÁNCHEZ, C. (2006). Cuando las opiniones impiden ver el bosque. En F. Ortega (Coord.), *Periodismo sin información* (pp. 77-96). Madrid: Tecnos.
- [43] SANDIG, B. & SELTING, M. (2000). Estilos del discurso. En Teun A. Van Dijk (Comp.), *El discurso como estructura y proceso* (pp. 207- 231). Barcelona: Gedisa.
- [44] SANTAMARÍA SUÁREZ, L. & CASALS CARRO, M. J. (2000). *La opinión periodística: argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid: Fragua.
- [45] TAIBO, C. (2010). *Contra los tertulianos*. Madrid: La Catarata.
- [46] TERUEL PLANAS, E. M. (1997). *Retòrica, informació i metàfora: anàlisi aplicada als mitjans de comunicació de massa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- [47] VAN DIJK, T. A. (1999). *Ideología*. Barcelona: Gedisa.
- [48] VAN DIJK, T. A. (1996). Opiniones e ideologías en la prensa. *Voces y culturas*, n. 10, pp. 9-50.
- [49] VIOQUE, Á. (2006). *Las barbaridades de la COPE*. Badalona: Ara Llibres.

**\*Dr. Adolfo CARRATALÁ**

Investigador-colaborador  
Universitat de València. España  
adolfo.carratala@uv.es

Fecha de recepción: 19/04/2013  
Fecha de revisión: 29/05/2013  
Fecha de preprint: 31/05/2013

